CANADEXPORT

www.canadexport.gc.ca

Volume 24 > Numéro 16
2 octobre 2006

DANS CE NUMÉRO > LE CHIC À LA CANADIENNE >

Le plus gros client du monde attend vos propositions

Plus de 100 entreprises canadiennes travaillent ferme pour obtenir des contrats d'un acheteur qui ne s'engage pas à acheter quoi que ce soit.

Le gouvernement américain, le plus gros client du monde, a un mécanisme spécial pour négocier d'avance les achats de produits et de services afin de ne pas avoir à suivre une procédure laborieuse chaque fois qu'il a besoin de plumes ou de mobilier de bureau.

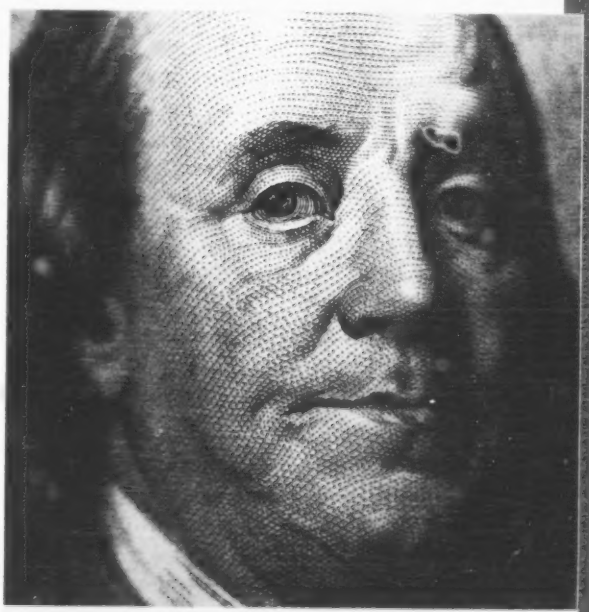
Ce système, connu sous le nom de General Services Administration Schedule Contracts (les « GSA schedules »), prend la forme d'un accord général qui ne précise ni les quantités ni les dates de livraison. Le gouvernement négocie la tarification et les conditions d'achat s'appliquant à plus de 53 catégories de produits et services que les vendeurs fournissent déjà au marché commercial. Nombre d'acheteurs publics préfèrent les contrats à barèmes de la GSA aux divers types de contrats dont ils peuvent se servir pour acquérir en grande quantité des articles d'usage commun.

Les contrats de la GSA ont bien servi les entreprises canadiennes. L'an dernier, 103 des 707 compagnies canadiennes qui ont remporté des contrats du gouvernement américain ont eu un chiffre de ventes de 62 millions de dollars grâce aux contrats de la GSA.

Le palmarès canadien

Les fabricants de mobilier de bureau étaient au premier rang, ayant réalisé des ventes de plus de 20 milions. Krug Furniture, de Kitchener en Ontario, l'un des 25 fabricants canadiens inscrits auprès de la GSA, venait en tête.

Les 57 fournisseurs de TI, à qui les contrats de la GSA ont rapporté un chiffre d'affaires total d'un peu plus de 19 millions de dollars, suivaient de près. David Martin, co-PDG de SMART Technologies, de Calgary, Alberta, le leader au sein de ce groupe, n'a pas tardé à se familiariser avec ces contrats. « Dans nos premiers contacts avec les acheteurs du gouvernement américain, explique-t-il, on nous demandait constamment si nous avions un contrat de la GSA. Nous nous sommes vite rendu compte que c'était important. Au début, des experts



Faire du commerce avec le gouvernement américain, le plus gros client du monde, c'est bon pour les affaires.

nous ont aidés à préparer notre proposition à la GSA, car la simple lecture d'une demande de propositions ne vous permettra pas forcément de comprendre toutes les modalités et conditions. »

Un contrat à barèmes de la GSA ne constitue pas une garantie de vente. La préparation de la proposition et les négociations imposent à chaque compagnie des

voir page 2 - Le succès auprès de la GSA

Affaires étrangères et Commerce international Canada
Foreign Affairs and International Trade Canada
Canada

2007-01911/

Le succès auprès de la GSA exige de la persévérance et un plan - suite de la page 1

frais qui lui sont propres; elles nécessitent une expertise marketing particulière et le développement de bonnes relations avec le client. Les meneurs ont mis de 10 à 15 ans pour en arriver à ce point, depuis la signature du contrat de la GSA et les premières ventes jusqu'à la réalisation de bénéfices continus.

« En plus de comprendre comment fonctionnent les marchés publics, il est essentiel d'avoir de bonnes relations, tant avec les administrateurs des contrats de la GSA qu'avec les clients au sein des organismes fédéraux », souligne Mike Boehmer, directeur des ventes à la GSA chez Krug Furniture. Son équipe a réussi à tourner à son avantage les difficultés éprouvées au début.

« La GSA nous avait fait savoir que la vérification des données d'une de nos lignes de produits avait révélé des faiblesses, se souvient-il. Même si nous n'avons pas remporté le contrat, nous avons acquis beaucoup de crédibilité et de respect en faisant preuve d'honnêteté et de tact dans notre approche. »

Krug a pu établir par la suite d'excellentes relations avec certains cadres supérieurs de la GSA. « Notre chiffre d'affaires auprès de la GSA a augmenté de plus de 10 % par année depuis 1995 », explique-t-il, ajoutant que l'entreprise a pu obtenir plus de 10 millions de dollars en contrats du gouvernement américain l'an dernier.

Servez-vous de la GSA dans votre marketing

Selon Judy Bradt, ancienne déléguée commerciale du Canada aujourd'hui établie à Washington, où elle dirige la firme Summit Insight, une campagne de marketing bien ciblée est essentielle pour obtenir ces contrats. « Vous pouvez établir votre stratégie de marketing à partir de votre marché commercial à peu de frais, dit-elle. Si vous adaptez votre documentation web et imprimée aux besoins des acheteurs publics, ils s'en rendront compte, et ils ne manqueront pas de s'en apercevoir si vous ne le faites pas. »

Colin Hung, directeur principal de la promotion des affaires chez Performancesoft à Toronto, abonde dans le même sens. Son équipe rédige des brochures qui s'adressent spécifiquement aux acheteurs publics. « Le gouvernement américain a des besoins qui lui sont propres et qui diffèrent de ceux du monde des affaires », affirme M. Hung, dont l'entreprise a réalisé des ventes de 500 000 dollars auprès du gouvernement américain l'an dernier.

Vous voulez vendre au gouvernement américain? Tentez votre chance si votre entreprise :

- a une performance solide au Canada et vend déjà à des clients commerciaux aux États-Unis;
- a déjà signé des contrats avec le gouvernement canadien;
- suscite l'intérêt d'acheteurs publics américains et a déjà effectué des ventes de ce côté;
- peut consacrer de deux à trois années à la commercialisation de ses produits ou services.

Bon nombre d'entreprises préfèrent tâter le terrain au moyen d'accords de sous-traitance avec des partenaires américains qui ont des contrats avec la GSA. Judy Bradt exprime toutefois des réserves à cet égard : « L'entreprise concède alors une part de la marge bénéficiaire à son partenaire, qui s'occupe d'une bonne partie des coûts, de la proposition, des négociations et de l'administration du contrat, mais elle doit quand même faire son propre marketing. »

Selon M^me^ Bradt, il faut mettre les choses en perspective : « Les contrats de la GSA ne constituent qu'une option parmi d'autres. En fait, les barèmes de la GSA ne comptent que pour 5 % de la valeur totale des contrats octroyés aux entreprises canadiennes par le gouvernement américain, soit un total de plus d'un milliard de dollars. Ce faible pourcentage donne une image plus juste de la réalité : le gouvernement américain s'approvisionne selon divers modes, et les fournisseurs astucieux les connaissent tous. Le prochain numéro de *CanadExport* présentera justement un aperçu de ces divers modes d'approvisionnement. »

Renseignements : www.gsa.gov, https://fsstraining.gsa.gov; www.international.gc.ca/sell2usgov; www.summitinsight.com.

CanadExport est un bulletin bimensuel publié par la Direction des services de communication d'Affaires étrangères et Commerce international Canada.
Tirage : 54 000 exemplaires
Also available in English.
ISSN 0823-3349

On peut reproduire sans autorisation des extraits de cette publication aux fins d'utilisation personnelle à condition d'indiquer la source en entier. Toutefois, la reproduction de cette publication en tout ou en partie à des fins commerciales ou de redistribution nécessite l'obtention au préalable d'une autorisation écrite de *CanadExport*.

RÉDACTION
Michael Mancini, Yen Le, Françoise Bergès
SITE WEB
www.canadexport.gc.ca

ABONNEMENT
Tél. : (613) 992-7114
Téléc. : (613) 992-5791
canad.export@international.gc.ca

Pour un changement d'adresse ou une annulation, renvoyer l'étiquette avec les changements. Prévoir un délai de quatre à six semaines.
Convention de la poste-publication n° 40064047

Retourner toute correspondance ne pouvant être livrée au Canada à :
CanadExport (CMS)
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2

Monde de la mode : les mérites du Canada comme fournisseur

Le profil de l'industrie canadienne du vêtement a été sensiblement rehaussé grâce au lancement de *Wear?Canada!*, une initiative de marketing visant à promouvoir ce que le Canada a de mieux à offrir dans la mode vestimentaire aux États-Unis et ailleurs. *Wear?Canada!* est une initiative de la Fédération canadienne du vêtement (FCV), association sans but lucratif représentant tous les secteurs de la fabrication et de la création de vêtements au Canada.

La stratégie de *Wear?Canada!* vise des secteurs en croissance comme les vêtements sur mesure pour hommes et pour femmes, les vêtements et tenues de sport, les sous-vêtements et les vêtements d'extérieur. Elle met l'accent sur la mode et l'innovation plutôt que sur la production en série, ainsi que sur des activités de marketing propres à stimuler la croissance économique, notamment au moyen des exportations.

Depuis son lancement l'an dernier, *Wear?Canada!* a présenté ses programmes dans plusieurs marchés aux États-Unis, en Europe et en Asie.

Wear?Canada! appuie les entreprises de mode prêtes à exporter dans ses publications, y compris quatre brochures sectorielles, dans des activités de promotion et dans la publicité industrielle. *Wear?Canada!* apporte également son appui à de nombreux programmes destinés aux exposants aux États-Unis et ailleurs.

Le créateur de mode canadien Arthur Mendonça, qu'on compare à Tom Ford de chez Gucci, est l'une des étoiles montantes de la mode canadienne.

La FCV a reçu des commentaires favorables de la part des agents commerciaux. Les kiosques et pavillons ainsi que le site web de *Wear?Canada!* accueillent de nombreux visiteurs, et la réaction des médias et des acheteurs est très positive. Deux entreprises canadiennes ont même trouvé des représentants américains après avoir participé à une manifestation de *Wear?Canada!*.

Selon Ann Rosen, déléguée commerciale au consulat général du Canada à Chicago, les fabricants et créateurs de mode canadiens ont triplé leur chiffre d'affaires dans ce marché grâce au salon Apparel Rep Locator organisé par le consulat général. En outre, ce dernier s'est allié à la FCV dans le cadre de *Wear?Canada!* pour accentuer le profil des entreprises canadiennes et leur offrir plus de services.

« Les entreprises canadiennes détiennent un avantage, affirme Elliot Lifson, président de la FCV et vice-président du conseil de Peerless Clothing. Notre aptitude à cibler des créneaux bien délimités, à fournir des produits de qualité et innovateurs qui présentent une valeur exceptionnelle et à desservir notre clientèle est sans égale. Dans cette industrie très concurrentielle, il est d'une importance vitale de montrer qu'il est avantageux de s'approvisionner au Canada.

Au début, *Wear?Canada!* ciblait des marchés et événements américains importants, tels que Stylemax Chicago, Lingerie Americas à New York et MAGIC à Las Vegas, mais la FCV a étendu ses activités à d'autres marchés étrangers, y compris le Japon et l'Allemagne.

Eileen Melnick McCarthy, experte-conseil en marketing et en communications à la FCV et chargée de superviser les programmes de *Wear?Canada!*, a collaboré avec des représentants d'Affaires étrangères et Commerce international Canada aux États-Unis et ailleurs à la mise au point de programmes s'adressant à des marchés précis.

« *Wear?Canada!*, de concert avec le Ministère, prépare une mission commerciale au Japon en janvier 2007, annonce-t-elle. Les fabricants et créateurs canadiens reconnaissent l'importance du marché japonais, et la FCV a récemment produit une brochure qui fait la promotion des entreprises prêtes à exporter auprès de l'industrie japonaise du détail. » En guise de prélude à la mission, la FCV organise une série de séminaires consacrés aux meilleurs moyens de s'implanter dans le marché japonais, qui auront lieu à Toronto, Montréal et Vancouver en novembre.

Renseignements : Eileen Melnick McCarthy, FCV, tél. : 613-231-3220, courriel : emelnick@apparel.ca, site web : www.wearcanada.ca.

Prochaines activités de *Wear?Canada!*

- **Mission commerciale au Japon** (janvier 2007)
- **Pavillon à l'ISPO**, Munich (du 4 au 7 février 2007)
- **MAGIC**, Las Vegas (du 13 au 16 février 2007)
- **Pavillon à la foire POOL** (du 14 au 16 février 2007)
- **Lingerie Americas**, New York, (du 11 au 13 février 2007)
- **Stylemax Chicago** (du 24 au 27 mars 2007)

Délégué commercial virtuel

Accédez à un monde de savoir commercial

Un monde de savoir commercial en pleine évolution

Lorsqu'il est question d'exportation, il est essentiel à la réussite internationale de nos clients de bénéficier de bons renseignements, de bons contacts et de bonnes indications des occasions d'affaires possibles.

Le Service des délégués commerciaux du Canada compte plus de 900 délégués commerciaux répartis dans plus de 150 bureaux au pays et à l'étranger qui travaillent à ouvrir des portes aux exportateurs canadiens. Notre objectif prioritaire est de communiquer rapidement et efficacement avec nos clients. À cette fin, nous avons adopté des technologies et pratiques favorisant les échanges internationaux. Par le lancement d'InfoExport.gc.ca, dans les années 1990, nous avons commencé à fournir aux exportateurs canadiens l'accès à des renseignements sur de nombreux marchés et secteurs. L'évolution de la technologie rendant de plus en plus facile la communication personnelle directe, nous avons constaté que nous pouvions mettre en place un mode d'accès efficace et personnalisé permettant de fournir des renseignements et services à nos clients en fonction de leurs besoins commerciaux internationaux. À la suite d'une consultation approfondie des clients et des délégués commerciaux partout dans le monde, nous avons créé le Délégué commercial virtuel (DCV).

L'essor du DCV : accès personnalisé à des renseignements et services

Le DCV offre un accès immédiat à des renseignements, à des ressources et à des services liés à l'exportation. Vous recevez directement, selon vos préférences et au moment de votre choix, des renseignements détaillés sur les pays, des rapports sur les marchés et des nouvelles à jour propres aux secteurs qui vous intéressent. Sûr et personnalisé, le DCV offre un accès à des renseignements sur les missions et activités commerciales, ainsi que la possibilité de vous inscrire à des activités de réseautage ou d'organiser des rencontres personnelles avec un délégué commercial au Canada ou sur le marché visé.

Le DCV a connu un essor remarquable; en mars 2005, seulement deux ans et demi après son lancement, plus de 15 000 exportateurs et partenaires clients qualifiés y étaient inscrits. D'importantes améliorations ont été apportées aux services du DCV : par suite de la mise en place d'un nouveau système de gestion électronique des relations avec les clients, vous pourrez bientôt suivre directement à l'écran l'état d'avancement de vos demandes de services.

Le DCV et les partenaires

Afin de fournir aux exportateurs, d'une manière qui soit conviviale, l'expertise des spécialistes canadiens en matière de commerce international, le DCV s'associe à de plus en plus de ministères et d'organismes de promotion de l'expansion du commerce, par exemple Agriculture et Agroalimentaire Canada, Patrimoine canadien, Exportation et développement Canada et la Corporation commerciale canadienne.

Grâce au DCV, vous avez maintenant accès à des services et renseignements plus complets pour perfectionner votre stratégie d'exportation, pour recevoir des conseils sur votre secteur et des conseils financiers ou encore pour obtenir du financement à l'exportation. Il est également possible de mieux gérer le risque par la vérification du crédit des acheteurs éventuels et par l'assurance-comptes clients. Des spécialistes canadiens de la passation de contrats internationaux peuvent vous aider à conclure des marchés et vous obtenir le soutien du gouvernement du Canada.

Valeur exponentielle du DCV pour vous

Votre DCV est l'un des services commerciaux et moyens d'information en ligne les plus évolués, c'est-à-dire une source toujours croissante de contacts, de liens et de rapports adaptés à vos intérêts commerciaux internationaux. L'intégration de l'information et des services offerts par les partenaires du DCV apportera aux exportateurs des avantages grandissants.

Plus vous utiliserez votre DCV, plus vous augmenterez vos chances de réussite à l'échelle mondiale. Il contribue à étendre vos activités internationales et à vous rapprocher du monde à chaque visite.

Pour en savoir plus, visitez : **www.infoexport.gc.ca**

Le blé canadien fait une percée sur le marché égyptien

Le Canada fait des progrès importants dans ses ventes de blé à l'Égypte : il en a déjà vendu 350 000 tonnes cette année pour la somme de 45 millions de dollars. L'Ontario Wheat Board (OWB) a récemment remporté un contrat pour la vente de 60 000 tonnes de blé d'une valeur de 9 millions.

« C'est la première fois depuis 1977 que le Canada vend des quantités importantes de blé à l'Égypte », souligne Dana Omland, directeur du marketing à l'OWB, qui ajoute que ce pays est le plus gros acheteur de blé tendre au monde.

L'organisme égyptien GASC (General Authority for Supply Commodities) a acheté ces 60 000 tonnes de blé tendre roux au prix de 141 $ la tonne métrique. Cet achat a été effectué sur une période de trois mois, et le blé a été expédié en septembre.

Du blé au pied des pyramides? C'est un mirage, bien sûr... Toutefois, la remarquable progression des ventes de blé canadien en Égypte cette année est bien réelle.

Le rôle de l'ambassade

L'ambassade du Canada a joué un rôle important dans cette transaction. Dans le passé, la GASC était réticente à acheter du blé canadien en raison de sa haute teneur en humidité, de sorte que le Canada a été incapable de vendre du blé à l'Égypte depuis trois ans. Au cours de la dernière année, les délégués commerciaux de l'ambassade se sont employés à promouvoir le blé canadien auprès de la GASC.

Pour calmer ses inquiétudes au sujet du blé canadien, ils ont suggéré que Dana Omland se rende en Égypte afin de rencontrer le client, de mieux comprendre ses besoins et de discuter du degré d'humidité et de la qualité. À l'issue de cette rencontre, M. Omland avait bon espoir que l'OWB pourrait vendre du blé à l'Égypte. Grâce aux expéditions de cette année, le Canada est maintenant un des gros exportateurs de blé à l'Égypte.

Renseignements : Ambassade du Canada en Égypte, tél. : (011-20-2) 791-8860, téléc. : (011-20-2) 791-8865, courriel : cairo-td@international.gc.ca, site web : www.infoexport.gc.ca/eg.

Chambre de commerce canadienne en Égypte

Les échanges entre le Canada et l'Égypte ont récemment reçu un bon coup de pouce grâce à la création de la Chambre de commerce canadienne en Égypte.

« Nous espérons que la chambre de commerce va aider à accroître les échanges commerciaux et les investissements entre l'Égypte et le Canada, ainsi qu'à renforcer nos relations culturelles », a déclaré Fayez Ezeldin, secrétaire général de la chambre de commerce.

Lors de l'inauguration, l'ambassadeur du Canada en Égypte, Philip MacKinnon, s'est réjoui de voir la chambre de commerce s'ajouter au réseau commercial bilatéral entre les deux pays et a félicité l'Égypte pour ses efforts en vue de libéraliser son économie.

« La Chambre de commerce canadienne en Égypte aura un rôle vital à jouer dans le renforcement des liens entre les milieux d'affaires canadiens et égyptiens », a souligné M. Ezeldin.

Les ventes canadiennes à l'Égypte ont augmenté de 54 % en 2005 pour atteindre un niveau record de 311 millions de dollars. Les principaux produits d'exportation étaient le charbon, le papier journal, les minerais de fer, les lentilles et les hélicoptères. La même année, les exportations égyptiennes au Canada se sont chiffrées à 148 millions, soit une baisse d'environ 30 % par rapport à 2004.

Renseignements : www.cancham.org.eg.

Construction : le monde afflue à Toronto

Toronto, du 29 novembre au 1er décembre 2006 > La foire-conférence **Construct Canada 2006** met l'accent sur les débouchés internationaux accessibles aux services, produits et technologies de construction canadiens.

L'événement, qui attirera plus de 1 100 exposants et quelque 21 000 visiteurs, mettra en vedette les produits et technologies les plus récents servant à la conception, la construction, l'exploitation, la modernisation et la rénovation de toutes sortes de bâtiments.

Dans le cadre de Construct Canada, les partenaires d'Équipe Canada inc organisent des activités qui offrent aux entreprises canadiennes une occasion idéale de trouver de nouveaux marchés et aux visiteurs étrangers celle de rencontrer des firmes canadiennes prêtes à exporter.

Au service des exportateurs

On présentera au cours de ce séminaire une vue d'ensemble des programmes, services et ressources offerts par le gouvernement fédéral, le gouvernement provincial et les sociétés d'État pour aider les entreprises à exporter leurs produits et services.

Boom de la construction en Russie

Cette séance consacrée au marché russe de la construction domiciliaire et commerciale mettra en lumière certains débouchés qui s'offrent aux entreprises canadiennes, de même que les stratégies et pratiques qu'elles doivent mettre en œuvre pour réussir dans ce marché en pleine expansion.

Technologies de construction en hauteur

La plupart des bâtiments ne sont pas conçus pour être aussi écosympathiques qu'ils pourraient l'être. Cette séance consacrée à la science des bâtiments offrira des suggestions destinées à améliorer l'enveloppe extérieure, le rendement énergétique, la qualité de l'air à l'intérieur, le respect des critères environnementaux, l'accessibilité et l'infrastructure verte. Des chercheurs éminents y présenteront leurs expériences et leurs connaissances et décriront les pratiques les plus efficaces en ce qui a trait à l'innovation dans la conception et la construction de bâtiments en hauteur.

Déjeuner pour la prise de contacts

Ce déjeuner donnera aux participants l'occasion de rencontrer et d'établir des contacts avec les entreprises et visiteurs étrangers actifs dans le secteur de la construction et des produits afférents. L'admission est comprise dans les frais d'inscription des visiteurs étrangers et des entreprises canadiennes.

Forum des réseaux et Café Export

Les architectes, entrepreneurs, ingénieurs, fabricants et fournisseurs canadiens pourront rencontrer les délégués commerciaux du Canada auprès de marchés phares pour discuter des débouchés d'exportations qui s'y offrent. Les participants étrangers pourront se mettre en contact avec des entreprises canadiennes intéressées à leurs marchés respectifs. Tous les participants doivent s'inscrire au préalable et remplir un formulaire en ligne décrivant le profil de leur entreprise afin de faciliter les rencontres.

Construct Canada se tiendra parallèlement à d'autres activités : HomeBuilder & Renovator Expo, PM Expo, Concrete Canada, DesignTrends, la National Green Building Conference et Infrastructure 2006. Le programme est établi en collaboration avec Affaires étrangères et Commerce international Canada, SCHL International, le ministère ontarien du Développement économique et du Commerce et l'Associaton canadienne de la construction.

Renseignements : www.constructcanada.com; York Communications, tél. : (416) 512-1215, poste 221, courriel : evelyn@yorkcom.to; site web : www.constructcanada.com.

Rendez-vous de la construction en Floride

Orlando, du 7 au 11 février 2007 > Soyez présent à l'**IBS (International Builders Show)**, la plus grande foire américaine consacrée à la construction et au design de logements.

Les firmes canadiennes n'auront aucune difficulté à s'y distinguer car le Canada aura le seul pavillon national à cette exposition, qui attire chaque année plus de 100 000 concepteurs, constructeurs, architectes, entrepreneurs en construction, ingénieurs, marchands et décideurs. Les consulats généraux du Canada à Miami et Atlanta, en collaboration avec Canadian Export Development Inc., s'occupent de coordonner la participation canadienne. Les organisateurs invitent des décideurs et acheteurs clés du secteur public et de l'industrie à visiter le pavillon canadien.

Renseignements : Robert Grison, Canadian Export Development Inc., tél. : 613-825-9916, téléc. : 613-825-7108, courriel : cced@sympatico.ca, site web : www.canbuild.org, ou William B. Stolz, consulat général du Canada à Atlanta, tél. : 404-532-2017, téléc. : 404-532-2050, courriel : william.stolz@international.gc.ca, site web : www.atlanta.gc.ca; site web IBS : www.buildersshow.com.

La grande foire du secteur de la sécurité au Moyen-Orient

Dubaï, du 21 au 23 janvier 2007 > Les vendeurs et acheteurs canadiens de systèmes de sécurité informatique, de matériel pour la garde côtière et même de détecteurs de feu et de fumée se doivent d'assister à **Intersec 2007**, une grande foire consacrée aux produits et équipements de pointe destinés à l'industrie de la sécurité.

En 2005, l'exposition a attiré plus de 14 000 professionnels de l'industrie venus du Moyen-Orient, d'Europe et d'Asie. Quelque 440 exposants venant des 40 pays étaient présents.

La foire de 2007 mettra l'accent sur la sécurité intérieure, commerciale, policière et personnelle, ainsi que sur la protection contre les incendies et sur la santé. Une vaste gamme de produits sera offerte, depuis les vêtements d'escrime et de protection jusqu'à la biométrie avancée.

Le consulat canadien à Dubaï commandite le pavillon canadien à Intersec 2007.

Les Émirats arabes unis sont une porte d'entrée pour la région du golfe Persique, le sous-continent indien, l'Iran et la Communauté des États indépendants. Grâce à Intersec, les exportateurs peuvent offrir leurs produits et services à tous ces marchés sous un seul toit.

Renseignements : Fouad Soueid, consulat canadien à Dubaï, courriel : Fouad.Soueid@international.gc.ca, ou Venky Rao, organisateur de la foire au Canada, tél. : (905) 896-7815, courriel : venkyrao@rogers.com; site web : www.intersecexpo.com.

L'industrie canadienne des hydrocarbures en vedette en Colombie

Cartagena, du 3 au 5 décembre 2006 > Les sociétés canadiennes d'hydrocarbures qui souhaitent faire des affaires en Colombie sont invitées à prendre part à la **Colombia Oil & Gas Investment Conference**, une des activités les plus importantes du genre dans la région andine.

La conférence accorde la vedette au Canada en cette année que les représentants du gouvernement colombien ont désignée comme l'« année canado-colombienne des hydrocarbures ».

De nombreuses activités seront consacrées à la promotion de la technologie et des services canadiens dans le secteur pétrolier et gazier. Au nombre des commanditaires de l'événement se trouvent trois sociétés canadiennes — Solana, Enbridge et Petrominerales — de même que des multinationales comme Petrobras, Exxon-Mobil, Oxy, Ecopetrol, Repsol et BP.

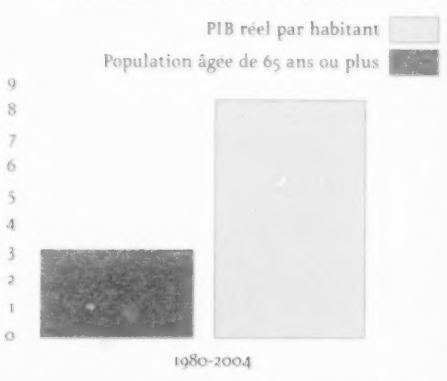
Renseignements : Ambassade du Canada en Colombie, tél. : (011-57-1) 657-9800, téléc. : (011-57-1) 657-9915, courriel : bgota-td@international.gc.ca; site web : www.oilandgascolombia.com.

L'effet du vieillissement démographique en Chine est atténué par la hausse des revenus

Les 1,3 milliards de Chinois vieillissent : la proportion de ceux qui ont 65 ans ou plus est passée de 5 % en 1980 à 8 % en 2004. Entretemps, la proportion des moins de 15 ans diminue, de sorte que la génération âgée sera relativement encore plus importante à l'avenir et qu'il y aura moins de jeunes entrant dans la population active pour la soutenir. Cela aura sur la croissance économique un effet de ralentissement qui sera toutefois atténué par la hausse des revenus. La population des personnes âgées de 65 ans ou plus a doublé de 1980 à 2004, mais comme le PIB réel par habitant s'est multiplié par sept au cours de cette période, les ressources disponibles s'accroissent à un taux supérieur à celui du vieillissement de la population, de sorte que les pressions qu'exercera ce dernier sur l'économie devraient être plus faciles à supporter.

Données fournies par la Direction de l'analyse des données courantes et structurelles, Bureau de l'économiste en chef (www.international.gc.ca/eet).

Population âgée de 65 ans ou plus et PIB réel : croissance annuelle moyenne (%)



Données : Banque mondiale, World Development Indicators; les taux de croissance sont des taux annuels moyens composés.

MANIFESTATIONS COMMERCIALES

AÉROSPATIALE ET DÉFENSE

Tucson, les 13 et 14 novembre 2006 > Les entreprises canadiennes qui fabriquent des produits, vendent des technologies ou font de la recherche dans le domaine des dispositifs et applications de sécurité sont invitées à assister à **ComDef**, une conférence consacrée à la technologie et aux aspects commerciaux de la sécurité et de la protection des frontières.
Renseignements : Rick Stephenson, consulat du Canada à Tucson, tél. : (520) 622-3641, poste 101, téléc. : (520) 622-8127, courriel : rick.stephenson@international.gc.ca; site web : www.ideaa.com/comdef06tucson.

San Diego, du 31 janvier au 2 février 2007 > Participez au pavillon canadien à **West 2007**, une conférence-exposition organisée par l'AFCEA (Armed Forces Communications Electronics Association) et l'USNI (U.S. Naval Institute) — la plus grande foire de la côte ouest consacrée aux technologies militaires et gouvernementales (communications, électronique, renseignement, systèmes d'information, imagerie, systèmes d'armes militaires, aviation et construction navale).
Renseignements : Jeffrey L. Gray, consulat du Canada à San Diego, tél. : (213) 346-2752, téléc. : (213) 346-2767, courriel : jeffrey.gray@international.gc.ca; site web : www.west2007.org.

AGRICULTURE, ALIMENTS ET BOISSONS

Chandigarh, du 1er au 4 décembre 2006 > **Agrotech 2006**, la grande foire indienne de l'agroalimentaire, porte cette année sur l'industrie de la transformation des aliments, dont la valeur, estimée à 90 milliards de dollars, ne cesse de croître.
Renseignements : Harleen Sharma, consulat général du Canada à Chandigarh, tél. : (011-91-172) 505-0300, téléc. : (011-91-172) 505-0341, courriel : harleen.sharma@international.gc.ca; site web : www.agrotech-india.com.

INDUSTRIES CULTURELLES

Amman, du 7 au 9 décembre 2006 > L'International Education Establishment invite les organisations canadiennes à exposer à la foire **JETE 2006** pour recruter des candidats au programmes des premier, deuxième et troisième cycles.
Renseignements : Khalid Khalayleh, International Education Establishment Canada, tél. : (905) 455-0057, téléc. : (905) 455-0015; bureau régional IEE à Amman, tél. : (011-962-6) 553-8871, téléc. : (011-962-6) 553-8874, courriel : khalid@canadainternational.com, site web : www.canadainternational.com.

MULTISECTEURS

Dhaka, du 11 novembre au 10 décembre 2006 > Le gouvernement du Bangladesh organise la **12e foire internationale de Dhaka**, une excellente occasion pour les exportateurs canadiens désireux d'établir des contacts dans ce pays.
Renseignements : Haut-commissariat du Canada au Bangladesh, tél. : (011-88-02) 988-7091/97, téléc. : (011-88-02) 882-3043, courriel : dhaka-td@international.gc.ca, sites web : www.international.gc.ca/bangladesh et www.epb.gov.bd/dtf.

PRODUITS DE CONSOMMATION

Munich, du 23 au 26 février 2007 > **Inhorgenta Europe 2007**, une foire commerciale consacrée à la joaillerie, sert de vitrine aux dernières créations et innovations. On attend cette année quelque 1 150 exposants venus de 47 pays.
Renseignements : Brigitte Mertens, Munich Trade Fairs Canada, tél. : (416) 237-9939, téléc. : (416) 237-9920, courriel : bmertens@canada-unlimited.com, site web : www.canada-unlimited.com.

PRODUITS DE CONSTRUCTION

Amman, du 5 au 11 novembre 2006 > **Project Jordan 2006**, l'exposition internationale de matériaux, d'équipement et de technologies de la construction, est l'une des principales foires commerciales du Moyen-Orient dans ce secteur.
Renseignements : Rose Wazani, IFP Near East, tél. : (011-962-6) 560-7900, téléc. : (011-962-6) 560-7904, courriel : projectjordan@ifpjordan.com, site web : www.ifpjordan.com.

TIC

Washington, du 30 octobre au 2 novembre 2006 > La conférence **Serious Games Summit/Partenaires** en apprentissage met en présence des entreprises canadiennes innovatrices et les intégrateurs de systèmes et entrepreneurs les plus dynamiques de Washington. Le programme Partenaires en apprentissage se tient parallèlement au Serious Games Summit, un colloque professionnel qui s'adresse au secteur de la conception de « jeux sérieux ».
Renseignements : C.J. Scott, ambassade du Canada à Washington, tél. : (202) 448-6312, téléc. : (202) 682-7619, courriel : c.j.scott@international.gc.ca, site web : www.canadianembassy.org/partnersnlearning.

Hong Kong, du 4 au 8 décembre 2006 > On s'attend à ce que **ITU Telecom World 2006** soit la plus grosse exposition des télécommunications à se tenir en Extrême-Orient et à ce qu'elle attire plus de 5 000 entreprises venant d'une centaine de pays.
Renseignements : Brian Wong, consulat général du Canada à Hong Kong, tél. : (011-852-2) 847-7414, téléc. : (011-852-2) 847-7441, courriel : brian.wong@international.gc.ca; site web : www.itu.int/WORLD2006.

SERVICE DE RENSEIGNEMENTS

Le Service de renseignements d'Affaires étrangères et Commerce international Canada offre aux exportateurs canadiens des renseignements ministériels, des publications et de l'orientation. En voici les coordonnées : **1 800 267-8376** (région d'Ottawa : (613) 944-4000), ATS : (613) 944-9136, courriel : **enqserv@international.gc.ca**, site Web : **www.international.gc.ca**.

ID#:CHEB.SH00001
SHU CHEN
ACQUSITION ASSISTANT
IHS/MICROMEDIA
20 VICTORIA ST
TORONTO ON M5C 2N8

XX8 (J)

Retourner toute correspondance ne pouvant être livrée au Canada à :
CanadExport (CMS)
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2
Convention de la poste-publication nº 40064047